全媒体出版背景下编辑业务技术规范的探讨

摘　要：随着科学技术的发展，信息的传播被赋予了更多的表现形式。除了最基本的文字以外，作为信息的传播媒介还可以包括音频、视频、网页、动画等，新的信息传播载体可以有电视节目、报纸杂志、广播电台、网站新闻甚至微信推送等多种形式。在这样新的时代背景下，因为读者对文字的阅读需求发生了变化，所以出版业的编辑工作内容和工作流程也必须有新的定义。文章首先探讨了全媒体出版背景下完善编辑业务技术规范的必然性，然后分析了新背景下编辑业务技术的新规范及实现方法。

关键词：全媒体出版；编辑规范；业务技术规范

中图分类号：G230.7　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）12-106-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.040

文 / 李明伟

在新的媒体时代，传统的编辑出版规范已经不再适合现在的编辑出版行业。这个时候，必须探索出新的编辑业务规范，才能够更好地适应时代发展，促进行业发展，满足工作需要。首先我们要搞清楚什么是编辑规范和全媒体出版。通俗地讲，全媒体出版是一种新的编辑业务形式，它集合了传统纸质出版和数据化电子出版两种模式。而编辑规范是从业人员在长期的日常编辑工作中逐渐形成的成文不成文、可以优化编辑行为的行业原则。编辑规范主要包括道德、法律和业务技术三方面。文章将重点探讨全媒体出版背景下编辑规范中的业务技术规范。

1. 编辑业务技术规范的必然性

1.1 读者阅读需求

在互联网时代，信息产生量和传播量的在快速增加，各类信息充斥你我周围。在新的时代背景下，读者的读书习惯和阅读需求也在不断地改变。例如，以前的人们会耐心地去看书看报纸获取信息，而现在人们更加喜欢准确而快捷地获取信息。人们不再满足于只是文字类型的信息，而是希望通过新媒体获取融合视觉、听觉感受的直观信息。如何实现读者对阅读体验的新诉求，需要我们建立新的编辑业务技术规范，来适应时代的变化和满足大众的需求。

1.2 编辑工作变化

传统编辑阶段，每个环节步骤环环相扣，紧张有序。发展到数字化电子出版阶段，前后的环节已不再那么有逻辑性，信息在内容和传播媒介上是可以分离的。到了全媒体出版时代，编辑流程更加简单：出版编辑在诸多的信息中选择同一题材的信息进行归类整理，然后把整理好的同一类信息导入大数据库，经过进一步的加工处理，逐渐形成了可以实现多渠道的发布，能够满足不同需求读者的信息产品。

1.3 编辑业务的时代特色

全媒体背景下，编辑业务会被赋予新的时代特色。相比于传统的纸媒，新时代的读者能够更加廉价方便地获取信息，而且这些信息相较于以前显然更易被存储和使用。此外，新的时代背景下信息检索更加简单、快捷，大众轻松拥有更加开放的互动平台和更加环保的信息。读者可以通过新的传播载体来获更多的感官享受和对事件多维度的认知效果。

2. 编辑业务技术规范的内涵

如果只从表面看，相较于书刊、报纸等传统媒介的规范和具体，全媒体背景下的编辑流程显得无序而杂乱。但是虽然形式变化很大，实质的特性并没有改变，但事实上，编辑流程大致可以定义为选题策划与编辑加工，向大众发行产品并对社会产生影响的过程。所以我们可以立足于此，去探讨设计在全媒体背景下的编辑业务规范。

2.1 前期的信息整合

全媒体编辑首先要做好信息整合工作，它是编辑流程的基础，并贯穿于编辑业务的全过程。在信息整合的过程中，需要对各类信息进行全面、深入的分析。通过这种研究和处理，为选题策划提供依据。

2.2 选题策划的实施

在完成上一步的工作后，就要进行选题策划了。这个过程很重要，它既体现了编辑们的创造性思维，又为未来的工作设计好了蓝图。同时全媒体背景下的出版物显然和传统的纸质产品不同，需要编辑们积极获取纷繁复杂的各类信息，而这些信息的选取是具有不确定性的。这个时候，就需要编辑人员精准定位选题，来调动受众的兴趣。

2.3 选取合适的参与人员

所有的编辑工作最终都要靠一个个具体的人去完成，在全媒体时代显然也不例外。只有合适的编辑带领的编辑团队才能够高效的完成这个环节。在选取编辑人员的时候，应该根据编辑的内容要求与市场需求，选取合适的人选，才能够将编辑工作做得更好、更顺利。

2.4 严格执行审校制度

需要出版的作品，都必须要经过严格的审校环节。这既是对作品负责，也是对社会负责。审校环节是编辑流程中的关键环节，在全媒体时代背景下同样不可或缺。在审校之前，责任编辑应该从整体上对作品内容和思想进行初步判断，决定是否能出版，然后进入审校环节。审校人员必须对书的内

容进行周详、完整的阅读、校对，消灭存在的各种错误。初审、复审、终审三个环节缺一不可。必须严格执行审校制度，确保出版物的质量。

2.5 内容的编辑加工

内容的编辑加工是通过对作品内容进行加工，来提高作品质量的一种重要手段。这是对作品整体内容进行编辑的手段，在删减或增加具体内容时，注意前后内容的照应联系以及是否合乎出版物的整体思路和要求。另外，在对内容进行编辑加工时，要考虑到承载它的介质，还要提前考虑到读者的需求等等。总之，无论如何加工，一切设计都要为了吸引受众。

2.6 书稿的发付印

作品完成编辑加工后，还要进行一次检查，在达到“齐、清、定”的标准后，就可以发到印厂印刷了。在正式批量印刷前，还要对付印样和印厂样本进行核验对比，确保印刷质量。

2.7 多渠道宣传推广

产品加工完成后，就进入了宣传推广阶段。通过怎样的形式让大众了解、喜欢你的产品，并把这些产品转化为效益，是值得我们深思的。宣传推广是必不可少的手段，全媒体时代背景下编辑可以依赖的宣传工具太多了。充分利用宣传工具，把推广做到极致。传统的纸媒还是重要的宣传手段，可以通过写评论、做摘要的方式进行；电子媒体则是目前最流行、最有效的手段，可以通过微博、微信、游戏、网络广告、电商平台等各种渠道进行宣传。

2.8 接收市场反馈

当你编辑的产品进入市场后，并不意味着编辑工作结束了。我们还需要了解产品的销售信息以及读者对产品的反馈情况。做好这些调研，对于改进产品，了解市场的需求动态都有着积极意义。

3. 编辑业务技术规范的实现方法

加强编辑理论研究，积极指导实践。思想是行动的指导，作为编辑共同体应加强对业务技术规范的理论研究，提供理论支持，促进业务规范的形成。目前，编辑业务缺少严格的规范进行约束，这很不利于中国出版业的发展，也不符合新背景的要求。为此，我们要倡导设立相关的责任机构，使规范趋于明确化。为了实现行业自律，要积极进行相关经验的交流，树立行业的标准，规范编辑业务的流程。

推进制度的完善，加强监管力度。相关的行政管理部门在编辑业务技术规范方面起着非常重要的作用。因此，在进行编辑业务创新的进程中，相关部门要积极地行使职能，有所作为，起到规范、引导作用。首先，要对编辑共同体的执行职能和创新职能进行充分的肯定，对理论研究给予足够的支持。其次，对于正确和有效的业务技术规范，管理部门要给予肯定，并且积极促成制度性文件的形成，加强执行和监管力度。

协调、互动、交流机制是实现完善规范的重要保证。编辑作为共同体不是孤立存在的，他们只是每一个出版单位中的一个重要环节。工作目标的实现是各个部门、工种互动、合作的结果。因此，各业务部门加强合作、互动，对促进彼此的规范和发展也有着积极意义。其他部门、工种的优势和经验对编辑业务技术规范的完善有着很大的启发和借鉴。每一个出版单位都应有一个独立的协调机构，促进各业务部门的团结协作，及时发现问题、解决问题。这种机制在促进各业务部门加强技术、经验交流的同时，也理顺了上下游的关系，让编辑业务技术规范在实践中自觉、合理形成。协调、互动、交流体制的建立，能实现部门间的良性互动、交流，也是使编辑业务永葆生机的重要保证。

具体的实践中，推进编辑业务技术规范的完善。所有的规范，只有付诸实践才能检验其合理性和科学性。在实践中不断修正、完善规范是最直接、最有效的方法。随着编辑共同体的发展壮大，其业务技术规范逐渐形成。一些具有出版需求，或者具有其他目标的行业或单位与编辑组合起来，成为主体，付诸实践。编辑共同体是具体项目的执行者，应学会在实践中不断更新观念，做到及时推广经验。在这个过程中，编辑业务技术规范日趋完善，这既是编辑共同体自省的结果，也是实践对规范的反馈和修正。

结语

新的时代背景下，编辑业务技术规范也应该有新的发展，才能够更好地满足编辑实践工作。此外，新的编辑业务技术规范能够帮助编辑工作者更好顺应全媒体，可以更好地促进我国的编辑出版行业发展。因此，在全媒体出版背景下，加强对编辑业务技术规范的研究和探讨是非常必要的。媒

参考文献

[1] 林江娇．全媒体出版趋势下科技期刊编辑的能力与素养[J]. 江苏理工学院学报，2015（03）：111-113.
[2] 王瑜．全媒体时代把关人的新变化——以编辑选择权的行使为例 [J]. 青年记者，2017（12）：57-58.
[3] 杨媛媛 雷晓梅 李少闻．论全媒体出版背景下编辑业务技术规范创新 [J]. 中国报业，2014（18）：78-79.

（作者单位：中国地图出版社）